



CURSO: MERCADEO ELECTRONICO

PROFESOR: Ricardo J. Cajina

ASIGNACION: Segunda Evaluación Parcial

FORMATO DE TRABAJO: Grupos de máximo 4 estudiantes

FECHA PRESENTACION: 10-11 Octubre 2018

INDICACIONES: Lea detenidamente el caso de estudio **A&M WELLNESS CENTER** y posteriormente analice cuidadosamente todos los aspectos relevantes del mismo.

Luego proceda a presentar una propuesta de presencia en la web que cumpla con los siguientes requisitos:

- a. Creación de sitio web corporativo. (15 pts)
- b. Creación de Logotipo sugerido para utilizar en todo lo relacionado con la comunicación corporativa. (5 pts)
- c. Creación de contenidos de marketing para redes sociales (Sugerido 30 días). (25 pts)
- d. Creación de 1 evento o actividad anual que genere Brand Awareness y ayuden a la Reputación de la Marca. (15 pts)
- e. Sugerir 2 productos nuevos que puedan añadirse y mejorar el portafolio actual. (20 pts)
- f. Creación de un video promocional sugerido para el canal de Youtube. (20 pts)



A&M WELLNESS CENTER – *Un negocio saludable*

Alejandra Marcos es una joven emprendedora, que en el año 2015 luego de una larga y exitosa carrera en el mundo corporativo, decidió dedicarse a hacer de su pasión su fuente de ingresos. Luego de una crisis económica en la que Alejandra perdió su empleo, se encontró como muchos profesionales en la necesidad de buscar una nueva fuente de ingresos, sin embargo, decidió que iba tomar unos meses de vacaciones antes de entrar de lleno a la búsqueda de un nuevo empleo. Un día, mientras leía un libro al aire libre en un parque de su ciudad, se percató que muchas personas acudían a dicho parque de forma regular a realizar ejercicios físicos. La mayoría de las personas caminaban o trotaban y luego culminaban con alguna corta rutina en los distintos tipos de máquinas estáticas disponibles en dicho parque.

Luego de un par de semanas, Alejandra empezó a notar que eran muy pocas las personas que realmente eran fieles y constantes a la rutina de caminar o trotar, la mayoría lo hacía de manera intermitente y fue entonces cuando decidió indagar un poco más al respecto. De forma informal empezó a realizar una pequeña encuesta que buscaba obtener más información acerca de los hábitos de las personas que asistían a realizar ejercicios físicos en dicho parque.

Al cabo de algún tiempo, Alejandra había recolectado suficiente información para tener un panorama claro de lo que las personas necesitaban y debido a que su asistencia a dicho parque era regular empezó a entablar amistad con algunas de las asistentes.

La amistad había surgido de manera espontánea y de la forma menos esperada. Años atrás en uno de sus viajes al sudeste de Asia, Alejandra conoció acerca del Yoga y los beneficios que su práctica regular aporta al cuerpo. Igualmente practicaba Pilates, disciplina que conoció luego de sufrir una lesión que la inhabilitó para la práctica de deportes que involucrasen mucha intensidad física o el uso de pesas. De esa forma, cada mañana realizaba sus rutinas de Yoga o Pilates en un pequeño bohío el parque donde la gente realizaba estiramientos previos y posteriores a su rutina regular de ejercicios, y fue así como poco a poco fue entablando conversación con algunas jóvenes o señoras que mostraban curiosidad al verla realizar sus rutinas. Poco a poco, se fueron sumando personas a las que Alejandra les enseñaba la forma correcta de realizar las rutinas y con el pasar del tiempo las personas fueron experimentando resultados positivos en sus cuerpos, al tener mayor flexibilidad, mejoramiento de su circulación sanguínea con la práctica del Yoga y pérdida de peso sin necesidad de modificar de forma extrema sus hábitos alimenticios con la técnica de Pilates.

Luego de un par de semanas al ver que cada vez se sumaba más gente al grupo de Yoga y Pilates, Alejandra decidió realizar estudios de perfeccionamiento y obtuvo su licencia de Instructor Certificado, lo que le garantizaba mayor credibilidad y profesionalismo ante sus seguidores. Fue así como se decidió a formalizar la formación de su propia empresa de acondicionamiento físico basado en impartir rutinas diarias de Yoga y Pilates a aquellas personas que estaban interesadas en mejorar su actividad física.

Gran parte del éxito de Alejandra se debió a que había logrado conocer que las personas que asistían al parque lo hacían porque querían realizar ejercicios físicos, pero al no existir variedad de opciones, sino solamente caminar, trotar, o el uso de máquinas estáticas de gimnasio, se veían desmotivadas y abandonaban sus rutinas. Asimismo, logró conocer que las personas buscaban conocer más acerca de los alimentos, sus beneficios, formas de prepararlos en casa, en vez de tener que hacer dietas rigurosas que abandonaban al cabo de un par de semanas. Focalizándose en la búsqueda de un posicionamiento diferente Alejandra entendió que debía alejarse del resto de competidores y entrar con una estrategia de reinención del concepto clásico del ejercicio físico, evolucionando el concepto del Fitness al **Wellness**, con un enfoque más holístico.

El **wellness** le ampliaba las posibilidades de crecer. Frente al gimnasio clásico (*fitness*), donde la gente iba a hacer pesas o aeróbicos, ella se enfocaría desde la mera preparación física al cuidado de la mente y del cuerpo e incluso a futuro evaluar la incorporación de tratamientos estéticos.

Entre los clientes de *fitness* (preparación física pura y dura) hay mucho abandono porque son bastantes los que buscan cosas imposibles, como tener cuerpos atléticos, algo que no depende sólo del entrenamiento en el gimnasio sino también de su estilo de vida, su genética o la alimentación. Y como muchos ven frustradas sus expectativas, se van. El cliente del **wellness** viene con otra visión inclinada más en la salud y en el bienestar físico y mental que en el deporte. Lo primero que debía proveer es que la gente se la pase bien. Los clientes puedan ejercitarse, pero desarrollar también actividades lúdicas.

Hoy, luego de 2 años Alejandra es propietaria de **A&M Wellness Center**, un lugar donde aparte de la enseñanza de prácticas de Yoga y Pilates, se han incorporado otros productos relacionados, como el asesoramiento dietético para aquellos clientes que lo requieran y se han tercerizado productos relacionados con el cuidado corporal (masajes, faciales, depilación, etc.), donde el modelo de negocios consiste en rentar un espacio a personas independientes expertas en dichos procedimientos, quienes se ven beneficiados con la reputación del nombre de marca **A&M Wellness Center**. El portafolio actual de productos es el siguiente:

Yoga o Pilates	
1 Clase	\$ 17.00
2 Clases	\$ 30.00
4 Clases	\$ 55.00
8 Clases	\$ 100.00
Ilimitado	\$ 125.00
Faciales	
Limpieza profunda	\$ 65.00
Hidratante	\$ 75.00
Masajes	
30 minutos	\$ 49.00
60 minutos	\$ 89.00
Sesiones de Meditación	
1 hora	\$ 8.00

Cómo parte del proceso de ampliación, se tienen planes de abrir más sucursales y se ha trabajado en los aspectos relacionados con la implementación de un modelo de franquicias. Ya está todo preparado y Alejandra está ahora a la búsqueda de una agencia que le haga una propuesta integral de marketing y publicidad, con el propósito de revisar conceptos y ver cuál opción es la que más le conviene.

Hasta ahora, no se ha realizado publicidad de manera formal. Se tiene una cuenta de Instagram donde se promociona el portafolio de productos y se generan seguidores de forma orgánica.

Sin embargo, Alejandra comprende que para incrementar la relevancia de su negocio es necesaria la incursión en otras plataformas sociales existentes. Se ha considerado que es muy importante la incursión en la creación de un canal de Youtube para comunicar de forma audiovisual nuevos productos o servicios, pero está abierta a sugerencias de incursionar en otras redes sociales si hay una buena justificación.